

---

Luciano CHELES, Lucio SPONZA, *The Art of Persuasion : Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s*

Manchester and New York, Manchester University Press, 2001, 448 p.

Daniele Albertazzi

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7285>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7285

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 décembre 2002

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Daniele Albertazzi, « Luciano CHELES, Lucio SPONZA, *The Art of Persuasion : Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s* », *Questions de communication* [En ligne], 2 | 2002, mis en ligne le 23 juillet 2013, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7285> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7285>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

---

# Luciano CHELES, Lucio SPONZA, *The Art of Persuasion : Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s*

Manchester and New York, Manchester University Press, 2001, 448 p.

Daniele Albertazzi

---

## RÉFÉRENCE

Luciano CHELES, Lucio SPONZA, eds, *The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s*. Manchester and New York, Manchester University Press, 2001, 448 p.

- 1 Dans cette collection de textes, rédigés par une équipe pluridisciplinaire, les éditeurs se sont donnés la tâche, nécessaire et ambitieuse, d'analyser les moyens variés par lesquels la communication politique a été pratiquée dans l'Italie contemporaine. Dans une première partie, sont étudiées les formes de persuasion dans le cinéma et la publicité politique ; dans une deuxième, on prend comme thème la communication dans les organisations, tels les mouvements sociaux et les groupuscules dits « terroristes ».
- 2 L'ouvrage commence par une analyse détaillée de la propagande du plan Marshall, ce qui présente les thèmes dominants de la vie politique italienne pendant la période de l'après-guerre : l'opposition des Démocrates Chrétiens et du Parti Communiste Italien (PCI), l'influence fondamentale des USA et l'impossibilité d'une alternance entre le centre et la gauche, dans un pays qui était, en fait, une sorte de protectorat américain. Ce thème est développé par l'étude des actualités cinématographiques gouvernementales et des films de propagande du PCI. Les deux chapitres se concentrent sur les années cinquante, avec une discussion utile de films rarement commentés, tels *Togliatti é tornato* et *Modena, città dell'Emilia rossa*. On explique le triomphalisme agaçant du PCI, et le manque surprenant de représentations des

agitations sociales de l'époque, en citant la volonté du PCI de calmer et de libérer l'opinion publique des doutes, des phobies et de la panique (p. 81), étant donné le soi-disant risque posé par la gauche à la démocratie : ce qui est devenu, par la suite et pendant plusieurs décennies, une préoccupation centrale de la propagande du PCI. Une société divisée par l'axe centre/gauche se profile également dans l'analyse perspicace de la communication politique informelle, telle qu'elle se pratique au cours des discussions et des interactions dans les rues et les places d'un village toscan, pendant les années soixante-dix. Tirant profit de « l'observation participante » (surtout l'attention aux détails), tout en ayant conscience des limites de la méthode (fiabilité et généralisation), ce chapitre se concentre sur la façon dont les jugements, commentaires et pratiques ordinaires des gens « indiquaient clairement leur engagement politique et focalisaient des revendications rivales au sujet de la vérité des différentes idéologies politiques » (p. 90). Cette section fournit encore au lecteur non-italien une représentation précieuse des stratégies communicationnelles pratiquées par les adhérents des différents partis, et un aperçu de la profondeur des clivages dans la vie quotidienne, due à l'opposition des idéologies, et pas seulement pendant les années soixante-dix. Les chapitres suivants sont consacrés à une analyse de la presse italienne, des posters politiques, du langage politique et de la soi-disant mort de l'incompréhensible « politichese ».

- 3 La deuxième partie reprend la typologie ironique faite par Umberto Eco, en 1977, des « assemblée » (meetings politiques) devenues mythiques, autant qu'une description des tours pratiqués pour les déséquilibrer, essai spirituel et amusant quoique peut-être mieux assorti aux pages de *L'Espresso* – journal autrefois renommé, mais actuellement discrédité, où l'essai fut d'abord publié –, qu'aux pages d'un livre autrement détaillé et rigoureux. Ce chapitre est suivi par des analyses de la satire politique et de la mode comme forme de communication politique. Après avoir donné une représentation riche des stratégies et moyens de la propagande de l'Italie post-fasciste, sortie divisée de la Seconde Guerre mondiale, l'ouvrage présente une analyse de la spectacularisation de la vie politique de la nation – processus qui est devenu très visible depuis 1983 – et de l'utilisation croissante de l'image par les leaders des partis. Le thème de la spectacularisation est au centre de l'analyse stimulante des posters politiques de Cheles, et se retrouve de nouveau dans les analyses de Pezzini (la publicité politique), et de Pozzato (l'apparence physique des hommes politiques).
- 4 On se demande néanmoins pourquoi il manque une analyse des dernières trois années du siècle passé, moment où la personnalisation de la vie politique a atteint un niveau sans précédent, au fur et à mesure que la lutte entre la gauche et la droite s'abaissait à une guerre de personnalités. Il suffit de se souvenir de l'insistance de Bossi sur des surnoms servant à définir son ennemi de l'époque, Berlusconi. Certes, il est impossible qu'un tel livre épuise toutes les questions pertinentes, et les éditeurs l'avouent franchement (p. 13). Pourtant, l'ouvrage comporte des omissions frappantes. En premier lieu, on prête très peu d'attention à la propagande de la *Lega Nord*, mouvement auquel est attribué le décès de la Première République, autant qu'un renouveau révolutionnaire de la communication politique. Manque, en particulier, une analyse approfondie de son style révolutionnaire de communication – carence difficilement compréhensible, étant donné que l'un des essais les plus intéressants, celui de Cheles au sujet des posters politiques, se consacre à un médium presque réinventé par la *Lega*. On remarque aussi l'absence d'une analyse approfondie de la rhétorique des communiqués des Brigades Rouges (le parti armé communiste qui est récemment réapparu de façon

suspecte). Certes, le texte de Moss, *La persuasion par la violence : la terreur et ses textes*, est consacré à la violence droitiste et gauchiste des années soixante-dix et considère les attentats et les assassinats politiques comme des rituels communiquant des significations ; néanmoins, l'analyse des documents et des communiqués des Brigades Rouges et des autres organisations n'est qu'exprimée.

- 5 Au total, écrit de façon accessible, riche en illustrations et pourvu d'une chronologie des événements politiques et sociaux des années 1945-1998, ce livre d'une grande envergure est certainement un apport essentiel pour ceux qui étudient la propagande politique européenne.

---

## INDEX

**oeuvre citée** Art of Persuasion : Political Communication in Italy from 1945 to 1990s (The) –  
(Luciano Cheles et Lucio Sponza, 2001)

## AUTEURS

**DANIELE ALBERTAZZI**

Canterbury Christ Church University College